

E-handelsindikatorn Juni och juli 2022



SH Svensk
Handel

Svensk Handels E-handelsindikator

Juni och juli 2022



Omsättning juni 2022 jämfört med juni 2021

-20%

E-handel i Sverige

-22%

E-handel i Sverige och från utlandet

Omsättning juli 2022 jämfört med juli 2021

-11%

E-handel i Sverige

-22%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-juli 2022 jämfört med samma period 2021

-14%

E-handel i Sverige

-16%

E-handel i Sverige och från utlandet

Fortsatt nedåt för e-handeln i juni och juli.

Svensk Handels E-handelsindikator för juni och juli månad visar att e-handels omsättning minskar med 20 respektive 11 procent jämfört med samma månader föregående år. Omsättningen har backat hela året men juni månads utveckling är den hittills sämsta under året. Från januari till och med juli har omsättningen minskat med 14 procent mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer och med 16 procent när även e-handeln från utländska aktörer inkluderas.

- E-handels omsättning fortsätter ner från höga nivåer. Att pandemirestriktionerna är avvecklade fortsätter förstås att spela roll för e-handeln när vi jämför med föregående års försäljning. Men nu adderas även effekterna av att hushållen håller hårdare i plånboken när inflationen är rekordhög och räntorna stiger, säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel.

Omsättningsminskningen jämfört med de senaste åren fortsätter att drivas dels av att en något lägre andel i befolkningen som e-handlar, 66 procent i juni jämfört med 69 procent året innan och 64 procent i juli jämfört med 66 procent året innan, men framförallt förklaras minskningen av att de genomsnittliga köpbeloppen per konsument minskar. I juni var minskningen cirka 20 procent och i juli cirka 10 procent jämfört med fjolårsmånaderna.

- E-handeln från utlandet viker kraftigt ner i framför allt juli, då det endast handlades för ca en halv miljard kronor. Till och med juli i år har e-handeln från utlandet omsatt nästan 3 miljarder kronor mindre än motsvarande period 2021. Det osäkra omvärldsläget, högre fraktkostnader, en svag kronkurs, inflation och svagare konjunktur är faktorer som bidrar till detta, säger Johan Davidson.

E-handelns omsättning i juni och juli 2022 lägre än både 2021 och 2020

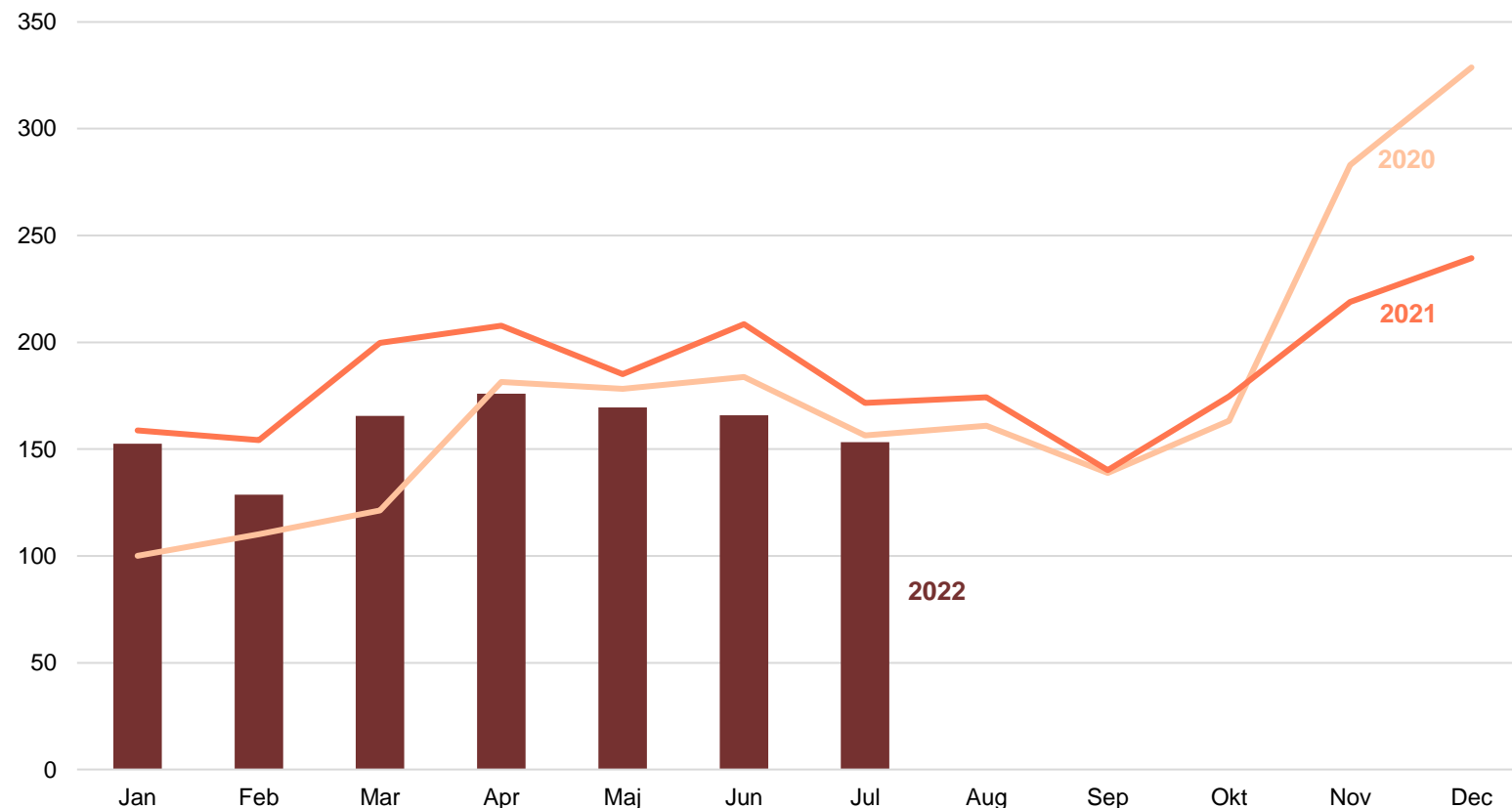


Omsättningen i e-handeln fortsatte att minska både i juni, med 20 procent, och juli, med 11 procent jämfört med samma månader 2021. I likhet med i april och maj är omsättningen även lägre än jämförelsemånaderna 2020.

Även om omsättningen minskar kvarstår dock en betydande del av den "pandemieffekt" som lyfte e-handeln våren 2020. Omsättningsnivåerna under våren och sommaren 2022 är fortfarande betydligt högre än de nivåer som förelåg innan pandemins utbrott i mars 2020. Nivån i juli 2022 är 53 procent högre än i januari 2020, och 26 procent högre än i mars 2020.

Indexerad total omsättning (privatkonsumenterna 18-89 år) i svensk e-handel.

Index Januari 2020 = 100.



Andelen som e-handlar lägre än föregående år under sommarens två första månader

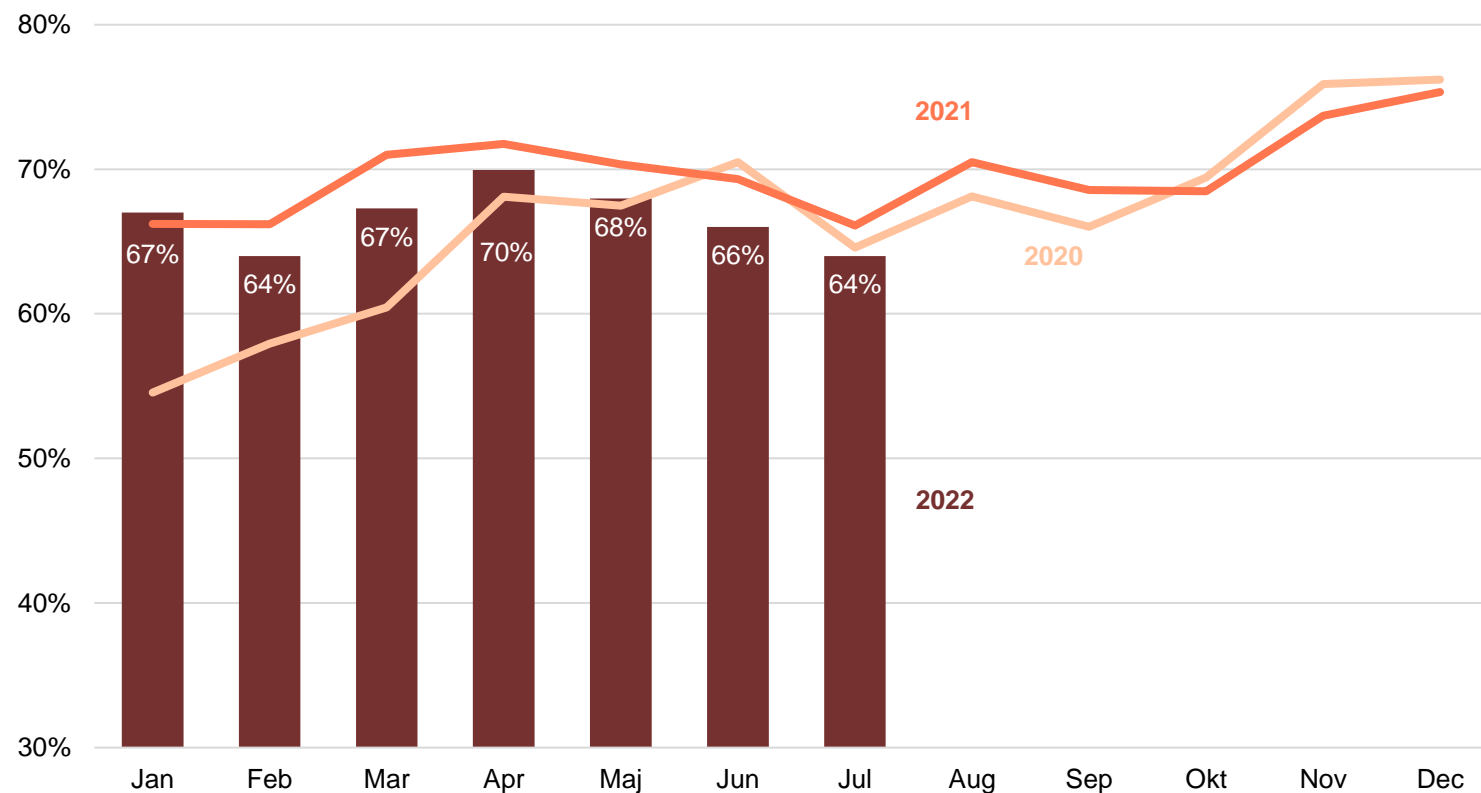


66 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i juni 2022. Det är en minskning från 69 procent samma månad 2021. I juli sjönk andelen som e-handlade till 64 procent, även det en minskning mot föregående års jämförelsemånad då 66 procent e-handlade.

Sedan februari i år har andelen e-handelskonsumenter konsekvent varit ett par procentenheter lägre än 2021. Under juni och juli var andelen dessutom för första gångerna i år lägre än samma månader 2020.

Andelen e-handelskonsumenter är dock fortsatt högre än de nivåer som rådde före pandemin.

Andel e-handelskonsumenter per månad, 18-89 år.



Genomsnittliga köpbelopp betydligt lägre än föregående år



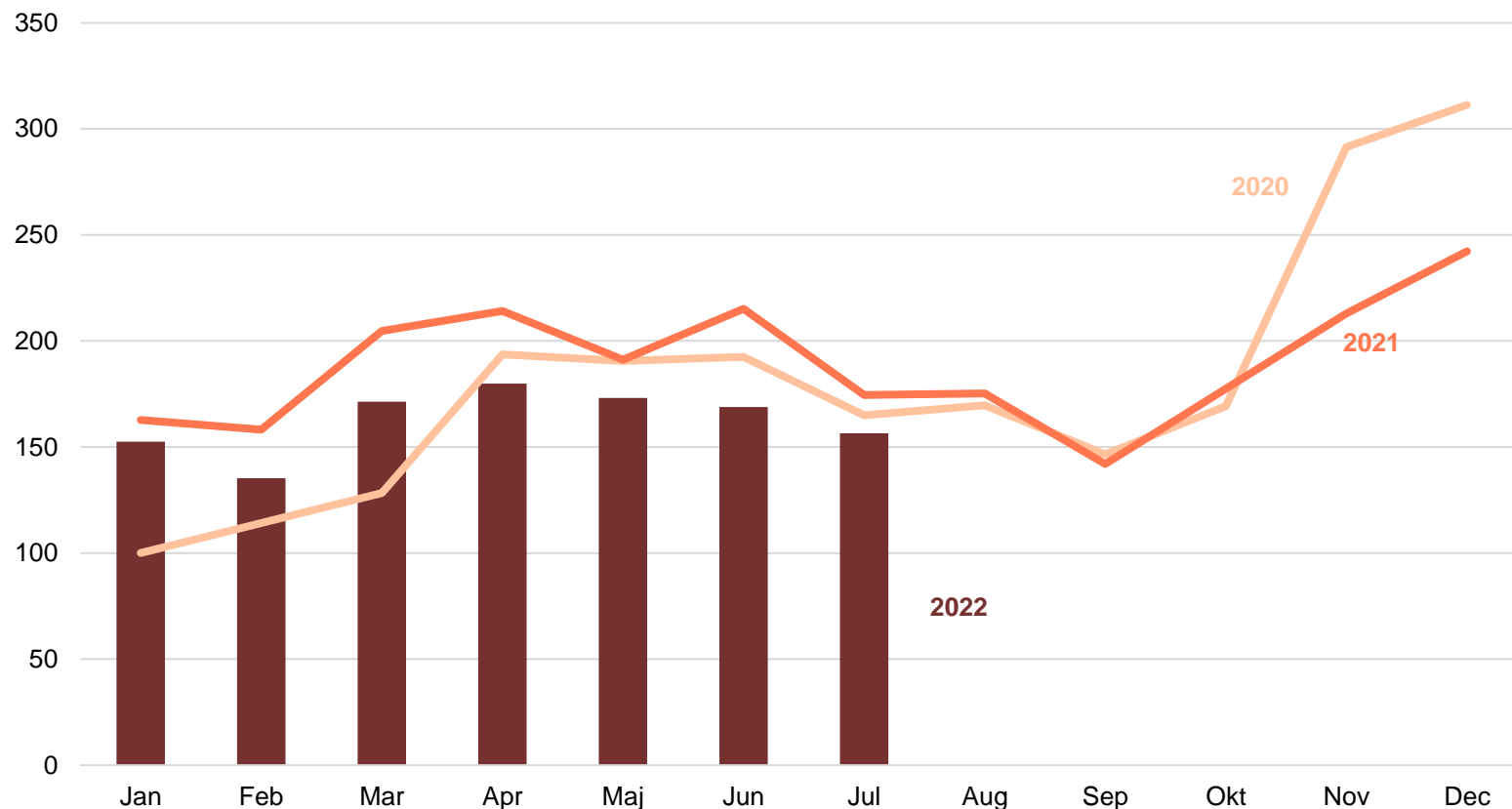
Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument minskade med hela 21 procent i juni jämfört med samma månad 2021. Minskningen i juli blev något mindre, 10 procent lägre jämfört med 2021. Det är därmed främst de lägre genomsnittliga köpbeloppen som driver den totala omsättningsminskningen i e-handeln.

Det genomsnittliga köpbeloppet är fortfarande påtagligt högre än i inledningen av 2020, innan pandemin. Köpbeloppet var nästan 70 respektive 60 procent högre i juni och juli 2022 jämfört med januari 2020, och 32 respektive 22 procent högre i juni och juli 2022 jämfört med mars 2020.

Diagrammet visar hur de genomsnittliga köpbeloppen per e-handlande konsument har utvecklats sedan januari 2020 (Index där köpbeloppet i januari 2020 har värdet 100).

Indexerade genomsnittliga köpbelopp per konsument (18-89 år) i svensk e-handel.

Index Januari 2020 = 100.



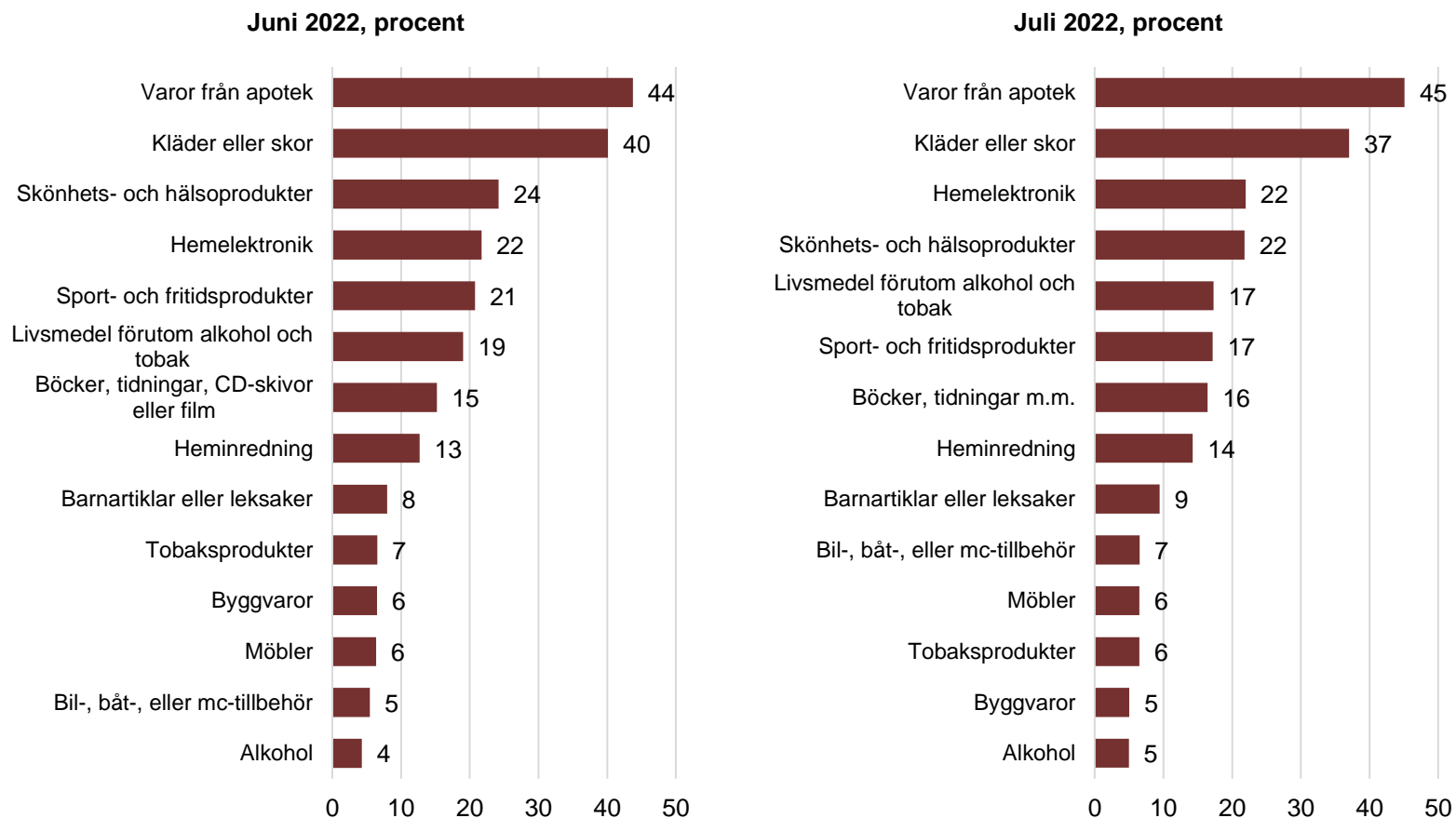
Varor från apotek den vanligaste e-handelskategorin i både juni och juli



Varor från apotek är generellt den vanligaste kategorin att e-handla, så också i juni och juli. 44 respektive 45 procent av e-handelskonsumenterna handlade varor från kategorin under de två första sommarmånaderna. Den näst vanligaste e-handelskategorin var under båda månaderna kläder och skor följt av skönhets- och hälsoprodukter i juni och hemelektronik i juli.

De varukategorier som minskat mest från juni till juli, sett till andelen e-handlande konsumenter, är sport- och fritidsprodukter, kläder och skor, livsmedel samt skönhets- och hälsoprodukter.

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori.



Bas: Konsumenter 18-89 år som har e-handlat.

Stora skillnader i mäns och kvinnors inköpsvanor på nätet

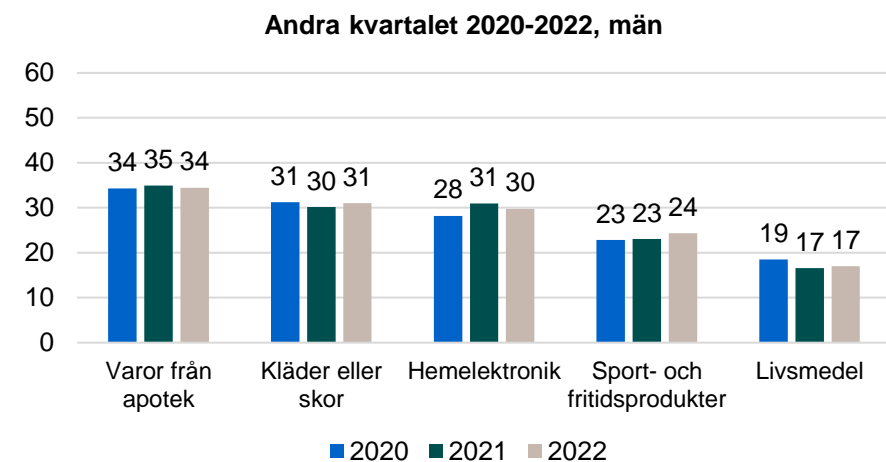
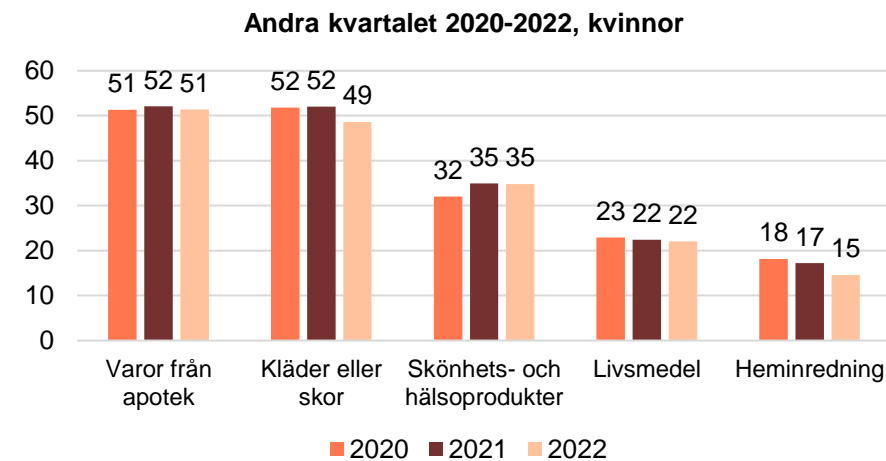
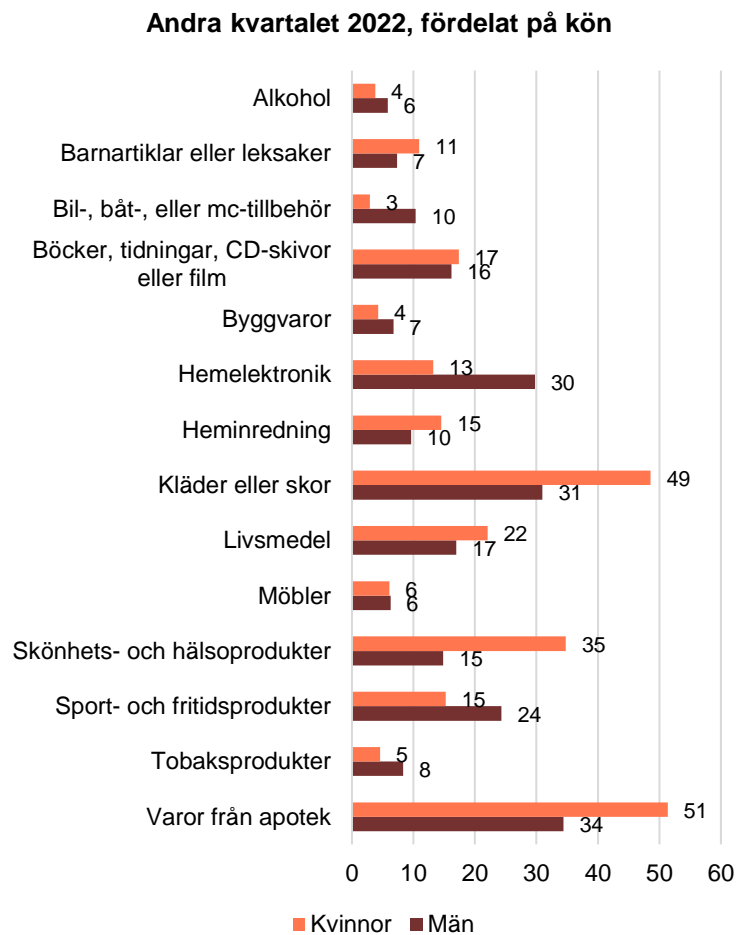


Mäns och kvinnors inköp på nätet skiljer sig markant i flera varukategorier.

Kvinnliga e-handelskonsumenter köper kläder och skor, varor från apotek samt skönhets- och hälsoprodukter i betydligt högre utsträckning än manliga e-handelskonsumenter. Män handlar i betydligt högre utsträckning än kvinnor hemelektronik, bil-, båt- och mc-tillbehör samt och sport- och fritidsartiklar.

Vid en jämförelse av andelen e-handelskonsumenter i de vanligaste e-handelskategorierna andra kvartalet 2020-2022 syns en viss nedgång över tid i andelen kvinnor som handlar kläder och skor samt heminredning på nätet. Andelen manliga e-handelskonsumenter som handlar livsmedel har också minskat.

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori och kön, kvartal 2.



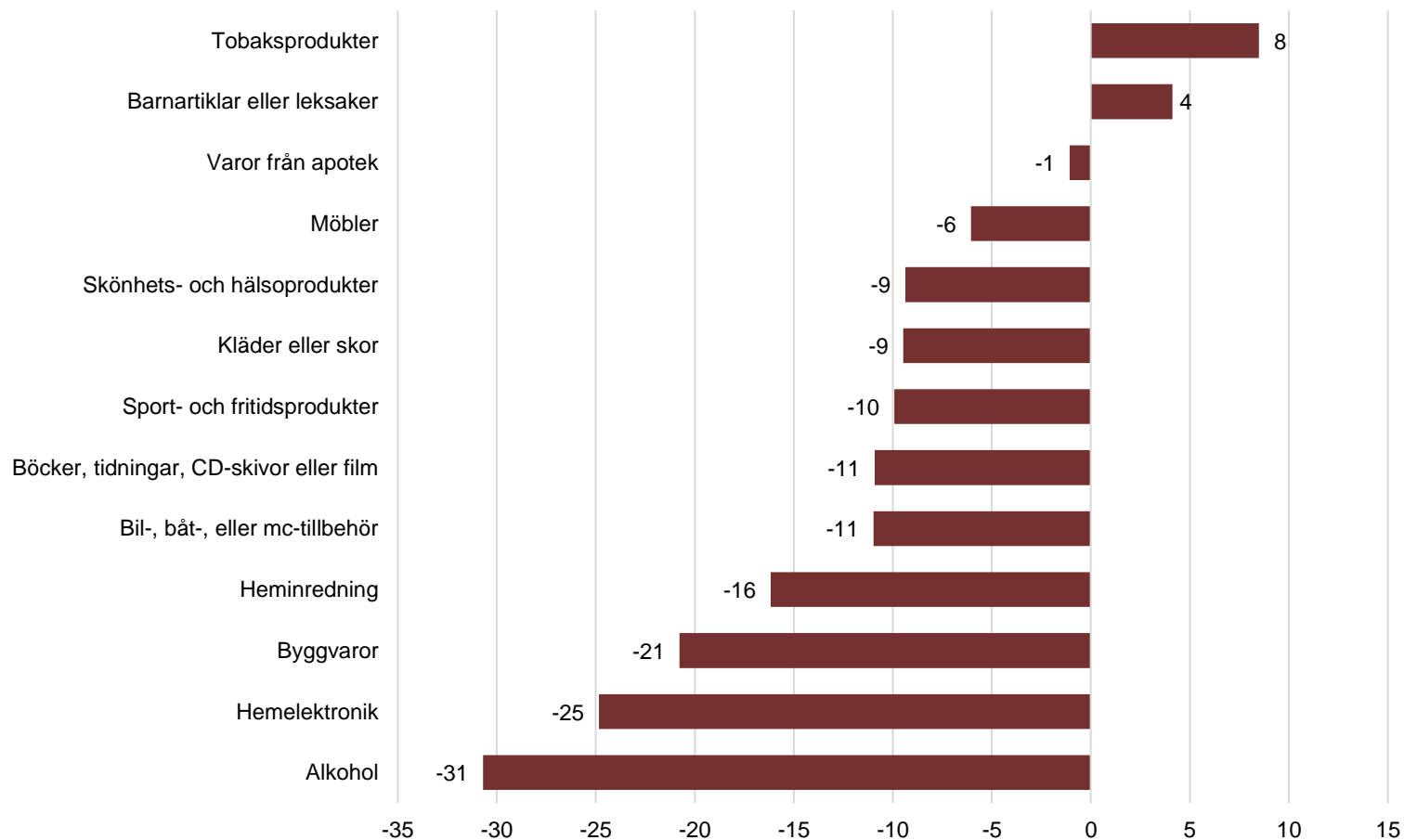
Omsättningen i allt fler varukategorier utvecklas negativt jämfört med fjolåret



Ju längre in på året vi kommit desto fler varukategorier har minskat i omsättning ackumulerat jämfört med fjolåret. Detta trots att inflationen nu också påverkar jämförelsen. Samtliga varukategorier, med undantag för e-handeln med barnartiklar och leksaker samt tobaksprodukter, minskar i omsättning jämfört med fjolåret sett över hela perioden januari till och med juli.

Hittills i år backar e-handeln av alkohol mest, följt av e-handeln av hemelektronik respektive byggvaror. E-handelsutvecklingen i flertalet kategorier tyngs av att konsumenterna i större utsträckning återvänder till fysiska butiker sedan pandemirestriktionerna slopades - i kombination med att hushållen blivit mer återhållsamma vid inköp av vissa sällanköpsvaror bland annat till följd av det senaste halvårets prisökningar.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel januari-juli 2022 jämfört med samma period 2021, procent



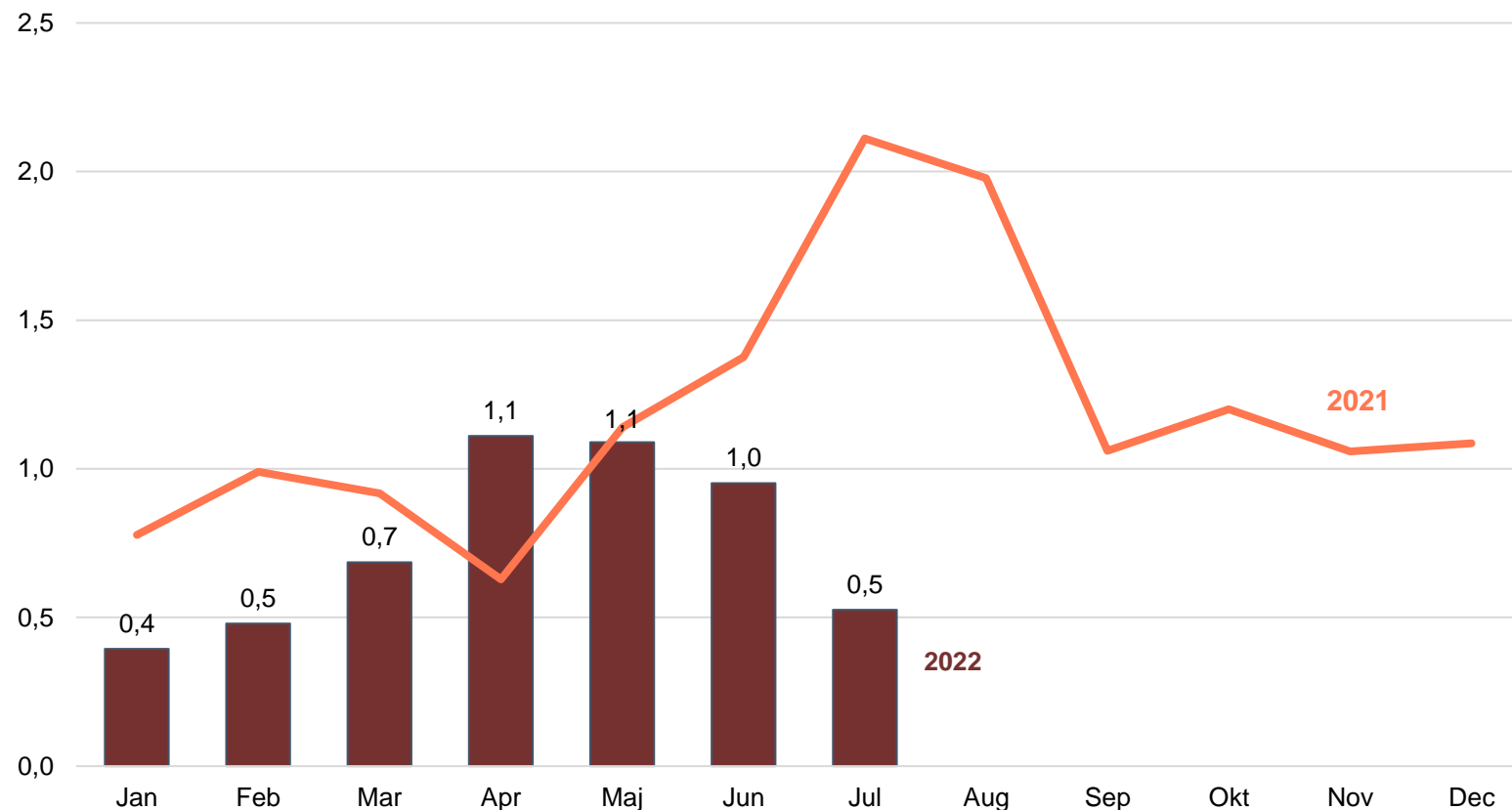
Kraftigt fall i e-handeln från utlandet i juli



Under 2021 handlade svenska konsumenter för 14 miljarder kronor från utländska hemsidor. Utvecklingen hittills i år är betydligt svagare än under 2021. Med undantag för april har e-handeln från utländska sidor underträffat fjolårets nivåer samtliga månader. Mellan april och juli 2021 ökade e-handeln från utländska hemsidor varje månad medan utvecklingen samma period 2022 är den omvända.

E-handeln från utlandet uppgick till 1 miljard kronor i juni och 500 miljoner kronor i juli. Särskilt juli-siffran är mycket svag jämfört med fjolårets 2,1 miljarder samma månad. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet de sju första månaderna 2022 uppgick till 5,2 miljarder kronor, vilket är lägre än de 7,9 miljarder kronor som uppmättes under samma period 2021.

Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor



Genomförande

Svensk Handels E-handelsindikator är en löpande kartläggning av konsumenters e-handelskonsumtion i Sverige och genomförs som en webbenkät av undersökningsföretaget Novus i deras slumpmässigt rekryterade och riksrepresentativa Sverigepanel.

Datainsamlingen görs första veckan varje månad och mäter e-handel av fysiska varor under den föregående kalendermånaden. Varan ska ha levererats till bostad eller utlämningsställe. Resebokningar och streamingtjänster är därmed exempel på vad som inte ingår i denna undersökning. Varje månad genomförs minst 1 800 intervjuer, sedan augusti 2021 minst 2 000 intervjuer. Detta underlag används i beräkningarna och skattningen av den totala e-handelsomsättningen i Sverige och e-handelsomsättningen av varor köpta från utlandet.

Undersökningen är representativ för den svenska allmänheten mellan 18-89 år.

Omsättningen som räknas fram inom ramen för denna undersökning är en skattning av e-handelsomsättningen utifrån de uppgifter som den svenska allmänheten anger i undersökningen. Detta är inte samma sak som totalräknad försäljningsstatistik och bör därför tolkas med sedvanlig försiktighet, eftersom en viss underskattning eller överskattning i kategoriomsättningen i respondentsvaren kan förekomma. Respondenterna kan också tänkas uppfatta de angivna varukategorierna lite olika, varför osäkerheten på varukategorinivå är något större än för skattningen av total e-handelsomsättning.

Metodbeskrivning

Ett stratifierat obundet slumpmässigt urval dras varje månad ur Novus Sverigepanel. De i urvalspopulationen som har besvarat undersökningen har efterstratifierats med avseende på bl.a. kön, ålder, utbildning, region och hushållsstorlek vilket tar hänsyn till över- respektive underrepresentationer bland dessa samt även korrigerar för bortfall. Detta för att resultaten ska bli representativa för målpopulationen.

Efterstratifieringen görs på hela urvalet, dvs. oavsett om man e-handlar eller inte, för att sedan kunna visa en representativ andel e-handelskonsumenter. Innan beräkningarna görs, kvalitetssäkras data bl.a. med hjälp av extremvärdesrensning. Extremvärden beräknas per varukategori och på ett sätt som inte missar säsongsvariationer.

Avseende e-handeln i juni 2022 genomfördes 2234 intervjuer den 1-10 juli med en deltagarfrekvens på 58 procent bland det totala antalet tillfrågade. Avseende e-handeln i juli 2022 genomfördes undersökningen den 1-10 augusti 2022. Totalt genomfördes 2 078 intervjuer, vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 54 procent bland det totala antalet tillfrågade.

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–89 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

**För mer information
kontakta Svensk Handels
pressjour 010 47 18 650**

svenskhandel.se

**SH Svensk
Handel**